

17.06.2004 - 12:36 Uhr

media coffee der dpa-Tochter news aktuell: PR wird strategischer"



Hamburg (ots) -

PR wird immer strategischer und journalistischer, so das Fazit des jüngsten media coffees der dpa-Tochter news aktuell. Die Diskussionsveranstaltung fand gestern Abend (Mittwoch) in München statt. Mehr als 160 PR-Profis, Pressesprecher und Journalisten diskutierten über das Thema PR-Trends 2010 "Wohin steuert die Kommunikation?". Moderiert wurde die Veranstaltung von Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach, news aktuell.

In einem Impulsreferat fragte Peter Hausmann, Partner und Pressesprecher der Beratungsfirma Deloitte & Touche, wo sich heute überhaupt noch die Kommunikation von Unternehmenssprechern in den Medien wahrnehmen lasse. Seiner Meinung nach zögen sich Nachrichten mittlerweile mehr und mehr in ein Nischendasein zurück. Trotzdem werde man in den nächsten Jahren die Renaissance der Qualitätszeitungen erleben". Zeitungen würden wieder mehr zu einem Meinungsforum werden", so der ehemalige Regierungssprecher von Helmut Kohl.

Florian Martius, Leiter der Unternehmenskommunikation bei Glaxo Smith Kline, vertrat die These, dass es immer schwieriger werde, komplexe Themen in den Medien unterzubringen". Seiner Meinung nach würden die Zeitfenster für derartige Aktivitäten immer kleiner". Das merke man besonders in der Krisenkommunikation. Martius konstatierte, dass es zukünftig eine zentrale Aufgabe für Pressesprecher sein wird, die immer kleiner werdenden Zeitfenster schon im Vorfeld zu erkennen".

Dass die Zeit der Bauchladen-Agenturen" vorbei sei, bemerkte Christiane Dirkes, CEO der PR-Agentur Weber Shandwick Deutschland. Dieser Trend habe sich als falsch erwiesen". Axel Schafmeister, Pressesprecher von Siemens Mobile, meinte, dass sich Unternehmen heute und in Zukunft immer mehr in die Karten schauen lassen werden". Die Transparenz werde immer größer und die Pressestellen der Unternehmen vollzögen einen Wechsel von einer reaktiven hin zu einer

proaktiven PR", so Schafmeister weiter.

Eine kritische Sichtweise vertrat Marc Beise von der Süddeutschen Zeitung. Der Wirtschaftsjournalist wies darauf hin, dass es Pressesprechern und PR-Leuten immer besser gelänge, ihre eigene Wahrheit zu verkaufen". Ein gutes Beispiel sei der Börsengang der Postbank. Für Journalisten sei es heute sehr schwierig, den Haken an einer Sache herauszufinden".

Rückfragen bitte an:

news aktuell GmbH

Sandra Striegler
Public Relations Manager
Telefon: 040-4113 2772
Fax: 040-4113 2876
Email: info@newsaktuell.de

Medieninhalte



Dr. Marc Beise, Stellvertretender Ressortleiter Wirtschaft bei der Süddeutschen Zeitung, beim jüngsten media coffees der dpa-Tochter news aktuell. Die Diskussionsveranstaltung fand am 16.6.2004 in München statt. Mehr als 160 PR-Profis, Pressesprecher und Journalisten diskutierten über das Thema PR-Trends 2010 Wohin steuert die Kommunikation?".



Christiane Dirkes, CEO von Weber Shandwick Deutschland, beim jüngsten media coffees der dpa-Tochter news aktuell. Die Diskussionsveranstaltung fand am 16.6.2004 in München statt. Mehr als 160 PR-Profis, Pressesprecher und Journalisten diskutierten über das Thema PR-Trends 2010 Wohin steuert die Kommunikation?".



Wolfgang Löwenberger-Reidenbach, Business Development Manager bei news aktuell, moderierte den jüngsten media coffee der dpa-Tochter. Die Diskussionsveranstaltung fand auf Einladung von news aktuell am 16.6.2004 in München statt. Mehr als 160 PR-Profis, Pressesprecher und Journalisten diskutierten über das Thema PR-Trends 2010 Wohin steuert die Kommunikation?".



Florian Martius, Leiter Unternehmenskommunikation bei Glaxo Smith Kline, beim jüngsten media coffees der dpa-Tochter news aktuell. Die Diskussionsveranstaltung fand am 16.6.2004 in München statt. Mehr als 160 PR-Profis, Pressesprecher und Journalisten diskutierten über das Thema PR-Trends 2010 Wohin steuert die Kommunikation?".